



APPROFONDIMENTO

Le sette leve del Neurostorytelling

1. Incipit

Quale è il miglior incipit per il cervello e la mente?

L'AZIONE – IL MOVIMENTO – IL CAMBIAMENTO

Inizia la tua storia con una azione, un movimento, un evento inaspettato e farai quello per cui il cervello è stato programmato: **rilevare il cambiamento che cattura l'attenzione.**

2. Il finale sospeso – Cliffhanger

Quando la narrazione si conclude con una interruzione brusca in corrispondenza di un colpo di scena o di un altro momento culminante caratterizzato da una forte suspense, il cervello e la mente restano «agganciati al precipizio» e per non cadere nell'oblio devono subito continuare la storia in un'altra puntata, un altro libro. Il cervello non ama le situazioni in sospeso, ha bisogno di avere subito la risposta o la spiegazione del fatto dell'evento.

Conoscere le sorti del personaggio/eroe diventa di vitale importanza!

3. Il tempo dello storytelling

Perché quando guardiamo uno spot video o un film, non ci accorgiamo dei sottili cambiamenti che si verificano nel tempo?

La risposta è data da diversi meccanismi all'interno del cervello che distorcono continuamente la nostra percezione visiva spostandola verso la nostra esperienza visiva passata.

Un meccanismo molto studiato è **“l'illusione di stabilità”** che il cervello crea per evitare la “rumorosità” dell'input visivo: noi percepiamo sempre un ambiente costantemente stabile. Il cervello leviga automaticamente il nostro input visivo nel tempo: invece di analizzare ogni singola istantanea visiva, percepiamo in un dato momento una media di ciò che abbiamo visto negli ultimi 15 secondi. In altre parole, il cervello è come una macchina del tempo che continua a rimandarci indietro nel tempo di 10-15 secondi.

4. Il ritmo

Ogni storia deve avere ritmo. Non è solo per la poesia o per la musica, succede anche in un post sul blog o social. Il modo migliore per includerlo è imitare il flusso e riflusso naturale di come parlano le persone. Come?

Alterna le frasi lunghe con quelle più brevi. Quando parliamo, ci fermiamo a prendere fiato. Dai ai tuoi lettori il tempo di prendere fiato: prendi una frase.

Usa la rima. Ricordi “una mela al giorno diminuisce il rischio di insufficienza coronarica”? No. Ma ti ricordi “una mela al giorno toglie il dottore di turno”. Non ha necessariamente senso, ma è memorabile.



5. Metafore

Ogni storia deve avere ritmo. Non è solo per la poesia o per la musica, succede anche in un George Lakoff afferma che le metafore sono mappe concettuali; esse fanno parte del sistema concettuale e non sono semplici espressioni linguistiche. Esiste un enorme sistema di mappature metaforiche fisse e convenzionali. Il sistema esiste fisicamente nel nostro cervello.

Il filosofo Gert Malan, sostiene che le metafore svolgono con il linguaggio un processo semiotico teso a generare il "senso", e afferma che «la metafora contribuisce allo sviluppo del significato attraverso traiettorie interpretative sconfinite. Pertanto, la metafora può essere descritta come il luogo stesso nei sistemi del linguaggio umano in cui viene generato il senso.»

Gerald Zaltman invece afferma che «le **metafore profonde** sono **cornici di base** o orientamenti che abbiamo verso il mondo che ci circonda. Sono "**profonde**" perché sono in gran parte inconsce e universali. Sono "**metafore**" perché riformulano tutto ciò che pensiamo, ascoltiamo, diciamo e facciamo.

6. Anticipazione, Teaser e Suspance

Il cervello vive di anticipazione, da studi neuroscientifici si è visto che il picco di Dopamina avveniva nell'attesa, prima che avvenisse il fatto, l'evento. Quindi creare anticipazione, attesa, aiuta il cervello a prepararsi alla notizia, alla storia. Inoltre il "ma non è tutto" o «continua...» tiene ingaggiata la mente che non se ne andrà finché non avrà saputo come andrà a finire.

7. Jaw – dropping

Infine la storia per essere ricordata deve **sbalordire, strabiliare**.